

Louie MÉDIA



Devenue la référence dans le milieu du podcast français, *Louie Media* narre des histoires dans la nuance et sans jugement. Le média nous encourage à écouter l'autre pour s'entendre avec soi. Rencontre avec Mélissa Bounoua et Charlotte Pudlowski, les cofondatrices, rejointes par Katia Sanerot, directrice générale associée.

PROPOS RECUEILLIS PAR PERRINE BONAFOS PHOTOS FRANÇOIS ROUZIOUX

— **À l'heure de la toute-puissance des réseaux sociaux, les médias font-ils encore rêver selon vous ?**

Charlotte : Je pense qu'il y a d'autant plus de décalage, aujourd'hui, entre les contenus que tout le monde peut faire et partager rapidement et les créations de temps longs, plus approfondies. À mon sens, parce que les réseaux sociaux sont si puissants, les médias ont un rôle d'autant plus important à jouer.

Katia : Le podcast enchante les auditeurs car il permet d'avoir une créativité et une profondeur de contenu qui manquent aux médias traditionnels. C'est incarné, il y a une oralité qui invite à la sensation.

Mélissa : Le podcast fait figure d'alternative pour de nombreuses personnes qui gardent cette défiance envers les médias.

Katia : Finalement, quand on écoute un podcast, on sait qui parle d'autant que la personne qui s'exprime s'adresse directement à l'auditeur. C'est très engagé et engageant comme contenu. Le potentiel immersif du podcast est incroyable. C'est un contenu personnel que l'on écoute avec intimité et qui offre une grande capacité de projection.

Mélissa : C'est vrai qu'il y a un lien de confiance. D'ailleurs, les radios que l'on pourrait comparer aux formats de podcast, sont les médias dans lesquels les Français ont le plus confiance quand on étudie les sondages. Il y a un enjeu de proximité. On parle à l'oreille des gens finalement.

— **Justement, on a l'impression qu'avec les réseaux sociaux tout le monde peut s'exprimer et donner son avis. Le podcast est-il une manière d'encourager chacun à tendre l'oreille vers l'autre ?**

Mélissa : Oui, complètement. D'ailleurs c'est dans cette logique que nous avons imaginé « Transfert » au départ. Nous étions dans cette montée de la défiance envers les médias, c'était également la période des attentats contre *Charlie Hebdo*. Nous souhaitions justement trouver un moyen

d'inviter chacun à s'entendre et s'écouter. De la même manière, notre série de podcasts « Passage », lancée en octobre, fait se confronter les points de vue de protagonistes sur un même sujet. C'est un projet qui interroge cette nouvelle expression, qui fait sens dans le journalisme aujourd'hui. Par exemple, il y a ces deux femmes qui ont été très amies durant leur jeunesse et qui n'ont pas eu le même rapport à cette amitié chacune de leur côté. Elles racontent donc leurs histoires et l'on se met à comprendre pourquoi l'une pense comme ça et l'autre autrement. C'est un moyen de questionner les différents regards et de mettre fin aux jugements hâtifs. L'expression « bulle » est souvent utilisée, maintenant, pour décrire ce dans quoi on s'enferme ou on s'enclave, par confort ou par protection. « Passage » se veut un moyen d'entrer dans cette bulle. Donner la parole à ceux que l'on n'entend pas assez et proposer à chacun d'écouter et d'échanger sont les véritables ambitions de *Louie*. On apprend finalement à nos auditeurs une nouvelle chorégraphie de l'écoute. Que tout le monde, chaque communauté et individu, parvienne à se faire entendre est d'ailleurs un des grands enjeux de notre époque.

— **Aujourd'hui, pour écouter un podcast, il faut faire la démarche de le chercher et de le trouver. Cette prise d'initiative de l'auditeur vous permet-elle de créer un lien d'autant plus particulier avec lui ?**

Katia : Il est vrai que le podcast reste un format dont la viralité repose généralement sur le bouche à oreille. C'est rarement, un contenu qui vient à nous. Celui qui écoute prend le chemin du podcast. Cela se traduit par un engagement qui est incomparable avec les autres médias. En général, le podcast atteint un taux de lecture de 70 %. C'est largement plus haut que le reste des médias. Avant l'arrivée et la démocratisation de l'information via les réseaux sociaux, il fallait aller chercher ...